

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Menurut (Sugiyono 2017:14) metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah metradisi sebagai metode *postivistik* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Filsafat *positivisme* memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklarifikasikan,relatif tetap, konkrit ,teramati ,terukur dan hubungan gejala bersifat dan sebab dan akibat.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa di kab Gresik 61151, Jawa Timur .

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono 2011:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peniliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Gresik yang menggunakan situs online travel. Jumlah populasi tidak diketahui dikarenakan jumlah populasi yang amat besar.

### 3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono 2011 :81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besara dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sampel penelitian ini yaitu Mahasiswa Gresik pengguna situs *online* travel. Pada penelitian ini peneliti menghadapi kasus dimana jumlah populasi yang ada sangat banyak dan sulit diketahui atau tidak diketahui jumlah sampelnya, sehingga peneliti memilih metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah metode *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam peneitian ini *sampling purposive* adalah teknik penentuan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2011 :81). Kriteria Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa digresik yang sudah melakukan transaksi atau menggunakan di situs travel *online*. Karena populasinya tidak diketahui maka menggunakan teori (Sugiyono, 2009;129) menyarankan bahwa menggunakan Roscoe dengan ukuran sampel yang layak untuk penelitian 30-500 sampel Jadi sampel penelitian ini adalah 100 sampel yang dianggap sudah mewakili atau *representatif* terhadap populasi.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data primer yang digunakan dalam peneitian ini adalah Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:223) yang menyatakan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung

memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner di Mahasiswa Gresik yang menggunakan situs online travel.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan dengan cara Penyebaran kuesioner. Data kusioner penelitian ini akan disebarkan ke mahasiswa gresik yang menggunakan situs online travel. Sistem penyebaran kuisoner ini dengan menggunakan sistem online yaitu di *google form* . Menurut (Sugiyono 2011:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### **3.6 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah faktor-faktor atau variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pemetaan posisi situs online travel adalah suatu posisi yang berbeda antara-antara situs online travel yang ada diindonesia yang bersaing berdasarkan persepsi mahasiswa gresik yang digambarkan secara geometric dalam pembentukan mapping. Adapun persepsi mahasiswa gresik dinilai berdasarkan kemiripan atribut. Atribut dalam penelitian ini adalah :

1. Citra Merek adalah respresentation dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk.
2. Kemudahan adalah sebuah kepercayaan seseorang dalam menggunakan system dapat digunakan dengan mudah dan sesuai keinginan konsumen.
3. Diskon adalah pemotongan harga secara langsung terhadap produk tertentu dengan periode waktu tertentu.

4. Kualitas website adalah kualitas yang tidak hanya memasarkan suatu produk dan jasa saja tapi juga untuk memberikan informasi-informasi lainnya yang menarik.
5. Promo adalah Untuk membujuk, menginformasi dan menawarkan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

### **3.7 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono 2011:93). Rentang skala yang diukur untuk mengukur derajat sangat mirip atau sangat tidak mirip untuk setiap atribut dalam penelitian ini adalah 1 (satu) sampai 5 (lima) dengan tingkat bobot :

Nilai 1 = Sangat Mirip

Nilai 2 = Mirip

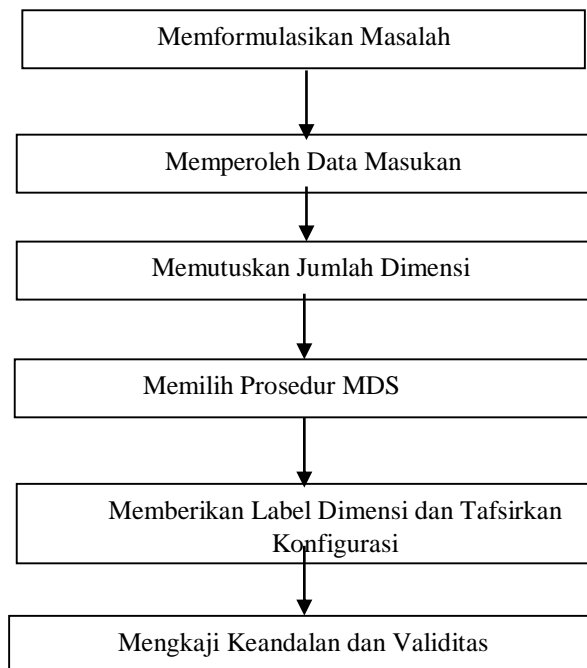
Nilai 3 = Cukup Mirip

Nilai 4 = Tidak Mirip

Nilai 5 = Sangat Tidak Mirip

### 3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multidimensional Scalling* (MDS). *Multidimensional Scalling* merupakan teknik statistic yang digunakan untuk menggambarkan struktur dimensional seperangkat obyek atau stimuli (Ghozali 2016:401). Fokus utama MDS adalah menilai ketidaksamaan dapat berarti jarak relative (*proximity*) satu obyek terhadap obyek lainnya. Berdasarkan skala pengukuran dari MDS metrik mengasumsikan bahwa data adalah kuantitatif (Interval atau Ratio). Dalam prosedur MDS hanya menyusun bentuk geometrik dari titik-titik objek yang diupayakan sedekat mungkin dengan jarak yang diberikan. Langkah-langkah dalam menetapkan skala multidimensi adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Menetapkan Skala Multidimensi**

Ketidaksamaan dapat berarti jarak relatif (*proximity*) satu objek terhadap objek lainnya. Objek yang berjarak semakin jauh dari objek lainnya akan lebih jauh ketidaksamaannya. Pada MDS objek disusun dalam bentuk ruang dimensional sebagai fungsi ketidaksamaannya. Ruang didefinisikan oleh jumlah dimensi yang dipersepsikan oleh peneliti ( umumnya dua atau tiga ) . Prosedur MDS dilaksanakan terhadap sejumlah objek atau stimuli yang dinilai dalam bentuk pasangan. setiap pasangan, jarak antar obyek ditentukan. Jarak antar obyek dapat ditentukan dengan ukuran yang obyektif misalnya metric (km antar kota) tetapi dapat pula menggunakan rating. Tujuan dari *multidimensional scaling* (MDS) adalah untuk memberikan gambaran visual dari pola kedekatan yang berupa kesamaan atau jarak diantara sekumpulan objek-objek. MDS sangat populer dalam penelitian bidang pemasaran untuk perbandingan *brand*..

Data dimensi ini disajikan dalam bentuk proximity metric atau matrik ketidaksamaan. Ketika jarak diantara objek ini telah ditentukan, maka IBM SPSS menggunakan algoritma ALSCAL (*alternating least square scalling*) untuk menentukan lokasi koordinat setiap objek dan menggambarkannya dalam ruang dimensional.

**Tabel 3.1 Pedoman Nilai Stress**

Stress	<i>Index of fit</i>
>20	Jelek
0,10 <20	Cukup
0.05<0.10	Baik
$\geq 0.05$	Sangat baik

Sumber: (Imam Ghozali (2016:405))

Stress adalah perbedaan diantara input ketidaksamaan data mentah dan output jarak peta multidimensi. Sedangkan ukuran Model fit *squared* lainnya adalah *korelation* indeks (RSQ). RSQ menunjukkan jumlah input data variance yang dijeaskan oleh model MDS. Sedangkan RSQ atau R merupakan indeks ketepatan yang mengukur seberapa baik data mentah cocok dengan *model multidimensional scaling*. Model fit yang diterima jika nilai  $RSQ \leq 0.60$ , model fit yang ditolak jika nilai  $RSQ \geq 0.60$  (Imam Ghozali (2016:405)). RSQ (*Squared Correlation*) adalah proporsi keragaman dari data segala bentuk perbedaan pada partisi (baris,matrik atau seluruh data) yang dihitung untuk mengetahui jarak hubungan data. Output yang digunakan berupa *perctual map* dibagi menjadi beberapa dimensi. Minimal dua dimensi dengan melihat posisi yang dijadikan bahan analisis. Menganalisis tiap dimensi dengan melihat posisi kedekatan antar obyek yang menunjukkan kemiripan antar objek tersebut. Dari kedekatan antar obyek dapat dikembangkan beberapa alternatif lain seperti apakah antara obyek tersebut dapat saling bersaing atau tidak.